



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OPPO SMARTPHONE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus)

Oleh:

**TRI SUHARNOTO
NIM 2013 11 152**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2018**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OPPO SMARTPHONE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus)

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus**

Oleh:

**TRI SUHARNOTO
NIM 2013 11 152**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2018**

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal

Mengetahui

Ka. Progdi Manajemen



Agung Subono, S.E., M.si
NIDN. 0520017602

Pembimbing I



Dr. Drs. H. Joko Utomo. MM
NIDN. 0625076401

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK



Mochammad Edris, Drs., MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Agung Subono.,S.E.,M.si
NIDN. 0520017602

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, nikmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita mampu mencontohkan akhlaq mulianya dan kelak mendapat syafaatnya. Amiinn. Skripsi dengan judul **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** (Studi Kasus Pada Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus). skripsi ini guna melengkapi syarat ujian akhir dan sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Suparno, S.H., M.S, selaku rector Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan belajar di Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Drs. H. Mochamad Edris, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian.
3. Agung Subono, S.E., M.si, selaku Kaprogdi Manajemen S1 Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dosen pembimbing Bpk. Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M dan Bpk Agung Subono, S.E., M.si, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

6. Kepada Orang tuaku Ibu Warsilah, dan kakakku Dwi Purnomo, Sri Rumisih dan Suhartono yang tersayang serta seluruh keluarga besar yang selalu mendo'akan serta memberikan dukungan dan motivasi untuik menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus yang sudah membantu dan mempelancar proses penelitian.
8. kepada Cv. Aneka Citra Snack Bapak Efendi Setiawan yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
9. Kepada Jiwjiw Mokey, Ya Da, Saowaluk Channoi, Panisa Phong-ophat, Koma Ogle, Arpaporn Kaenpadcha dan Kraten Artitiwong, (Kasetsart University) yang selalu membeikan dukungan dan motivasi.
10. Sahabat, teman-teman dan semuah pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimaksi atas bantuan dan dorongan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan. Untuk ituk kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sekalian penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu pengetahuan.

Kudus,

Penulis

Tri Suharnoto

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus)

Tri Suharnoto

2013 11 152

Dosen Pembimbing: 1. Dr. Drs. H. Joko Utomo., MM.

2. Agung Subono, S.E., M.si.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand image*, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian OPPO Smartphone secara parsial dan berganda. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu sebagian dari mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus dengan jumlah populasi 501. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik accidental sampling dengan sample 84 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 17. Berdasarkan hasil uji t, secara parsial *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar 4.651 dan nilai signifikan sebesar 0.000. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar 3.998 dan nilai signifikan sebesar 0.000. Secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} 2.770 dan nilai signifikan sebesar 0.007. Secara berganda, *brand image*, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan F hitung sebesar 50.547 dan nilai signifikan sebesar 0.000. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan persamaan $Y = 1.055 + 0.374 X_1 + 0.236 X_2 + 0.184 X_3$.

Kata kunci : *Brand image*, kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian.

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus)

Tri Suharnoto

2013 11 152

Dosen Pembimbing: 1. Dr. Drs. H. Joko Utomo., MM.

2. Agung Subono, S.E., M.Si.

ABSTRACT

This study aimed to find out the effect of brand image, product quality and lifestyle to purchase decision of OPPO smartphone in Engineering Faculty of Muria Kudus University. This study was a descriptive quantitative research. The population of this study was 501 students of Engineering Faculty of Muria Kudus University. 84 respondent for sample of this research involved using accidental sampling technique. Analyzing data in this study supported by using software SPSS version 17. The result of t –test showed that brand image partially has significant effect to consumer's purchase decision of OPPO smartphone in Engineering Faculty of Muria Kudus University with the t-count 4.651 and significance level is 0.000. The result also confirmed that product quality affects the purchase decision expressively with t-count 3.998 and significance level 0.000. The research outcome furthermore describe the lifestyle of consumer has major effect to purchase decision with t-count 2.770 and level of significance 0.007. By using multiple linear analysis found out that brand image, product quality and lifestyle of consumer has significant effect to purchase decision with F-count 50.547 and significance level is 0.000. The regression equation obtained was $Y=1,055+0,374X_1+0,236X_2+0,184X_3$.

Key Word: Brand Image, Product Quality, Lifestyle, and Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN/ ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 <i>Brand Image</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.2.2 Pentingnya Penggunaan <i>Brand</i>	16
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	19
2.3 Kualitas Produk	21
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	21
2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.4 Gaya Hidup	25
2.4.1 Klasifikasi Gaya Hidup	26
2.4.2 Indikator Gaya Hidup	26
2.5 Keputusan Pembelian	31
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	31
2.5.2 Peran-Peran dalam Keputusan Pembelian	32
2.5.3 Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian	33

2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	35
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	36
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.8 Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.5 Pengumpulan Data	48
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	49
3.7 Pengolahan Data.....	51
3.8 Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Smartphone OPPO.....	60
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Karakteristik Responden	63
4.2.2 Variabel Penelitian	64
4.3 Analisis Kuantitatif	69
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
4.3.1.1 Uji Validitas.....	69
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas	70
4.3.2 Statistik Deskriptif.....	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.3.3.1 Uji Normalitas	72
4.3.3.2 Uji Linearitas	72
4.3.3.3 Uji Multikolinearitas.....	73
4.3.3.4 Uji Heteroskedastisitas	74
4.3.4 Analisis Linear Berganda	74
4.4 Pembahasan	

4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.4.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran-Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	87
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	87
----------------------	-----------



DAFTAR TABEL

1.1 Pangsa Pasar Android	2
2.1 Dimensi AIOs	27
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	36
3.1 Perhitungan Proporsi Sampel.....	47
3.2 Kisi-Kisi Kuesioner.....	47
3.3 Kriteria Koefisien Korelasi	57
4.1 Karakteristik Responden	61
4.2 Tanggapan Responden tentang <i>Brand Image</i> (X_1)	63
4.3 Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk (X_2).....	64
4.4 Tanggapan Responden tentang Gaya Hidup (X_3)	65
4.5 Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian	67
4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	68
4.8 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	69
4.9 Hasil Uji Normalitas	70
4.10 Hasil Uji Linieritas.....	71
4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	71
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.14 Hasil Analisis Uji t (Parsial)	74

4.15 Hasil Uji F.....	75
4.16 Hasil Uji Determinasi.....	76

